

# 112 年度文化部主管政府捐助之財團法人

## 績效評估報告

### 壹、財團法人自評：

一、財團法人名稱：財團法人中央通訊社

二、財團法人概況：

單位：新臺幣/元；%

創立日期 (以法院登記日為準)	創立基金總額	期末基金總額	原始捐助金額比率	累計捐助金額比率	112 年度補助金額	112 年度委辦金額	112 年度自籌金額比率	112 年度總收入	112 年度總支出	112 年度餘絀
85 年 9 月 4 日	10,000,000	10,000,000	100%	100%	306,394,000	52,300,422	33.48%	539,193,773	537,948,895	1,244,878

306,394,000 元 = 捐助 304,544,000 元 + 文化 + 數位出版補助 350,000 元 + 我是海外特派員補助 1,500,000 元

### 三、財團法人整體運作情形：

(一) 112 年度重要成果說明：

#### 1. 政經新聞工作

- (1) 持續追蹤重大議題、深入報導，並適時製作專題，提供讀者多元觀點。本年度「電信新三雄時代來臨-產業整併下的消費權益影響」獲得 112 年消費者權益報導獎「即時報導獎」優勝。
- (2) 專訪政府、政黨、企業領袖以及新聞火線人物，增加本社影響力。本年度專訪行政院副院長鄭文燦、內政部長林右昌等

部會首長，深入論述政府重大政策及發展願景，以及專訪 SEMI 全球行銷長暨台灣區總裁曹世綸、閎康董事長謝詠芬、台達電永續長周志宏，掌握產業發展趨勢。

- (3) 總統、立委大選妥善規劃，秉持客觀、中立原則，報導政黨提名、競選、政策及火線議題攻防，以及後續政局變化。
- (4) 強化與國際企業連結，本年度受包括 Google、Apple、Meta 等大廠邀約，赴美採訪重大會議活動，報導最新科技產品及產業動態。
- (5) 持續透過標題比較、新聞比報、監看，強化編輯台職能，提升新聞質量及發稿速度。

## 2. 綜合新聞工作

- (1) 強化生活新聞報導，例如農漁產品價格、交通工具套票、勞工工時與薪資等，重視文化新聞內容，專題「都市叢林尋古蹟」榮獲 112 年文創新聞報導獎；司法新聞系列報導「平復行政不法首例 林水泉管訓污名將滌除」獲 112 年平冤新聞獎文字類即時新聞獎。
- (2) 文化+雙週報邁入第 6 年，持續強化中央社在藝文新聞的影響力，廣泛報導各類文化新聞。
- (3) 專訪新任政府首長如環境部長薛富盛、體育署長鄭世忠等人，報導政策重點及未來目標規劃等，強化中央社影響力。

## 3. 外文新聞工作

- (1) 專訪多位外國重要人物，包括前英國首相特拉斯、烏克蘭布查市長費德魯克、立陶宛經濟暨創新部次長澤麥提斯、加拿眾議院保守黨副黨魁蘭茲曼、日本駐台代表泉裕泰、印度駐台代表葉達夫、土耳其駐台代表貝定可、貝里斯總理夫人羅莎娜、日本電影導演濱口龍介等人。
- (2) 重大、突發新聞掌握先短稿後長稿的原則，以增加被國際媒體引用次數，包括蔡麥會、台宏斷交、中國對台劃設禁航區、台積電海外設廠及颱風死傷等重大新聞，皆即時發稿，獲得各國際媒體廣泛採用。全年度英、日文新聞獲得國際新

聞媒體署名引用約 1,800 則次。

- (3) 本年度加強英、日文深度報導，記者、編輯特稿則數較 111 年成長一倍，包括選舉、潛艦、移工、二二八專題，以及碳費、軍演特稿等，並推出多則獨家專訪稿，備受國內外讀者好評，包括空中英語教室創辦人彭蒙惠、美國大氣總署台裔科學家方慈瑋(影音觀看次數達 15 萬)、亞運圍棋金牌好手許皓鋐、美國插畫大師柯睿祺等人，多則人物稿在社群成功創造話題。
- (4) FocusTaiwan 社群媒體經營穩定成長，英日文 IG 追蹤人數較前一年成長約 14%，臉書和推特追蹤人數各成長約 5%。

#### 4. 國際暨兩岸新聞工作

- (1) 中國政治、經濟與社會變動影響全球與台灣國安，線上經濟、房地產與影視等民間活動面臨嚴格監管，充分掌握並核實中南海內部鬥爭與肅貪等重大人事變動與經濟活動衰退。
- (2) 選舉年期間，正副總統暨各黨參選者頻繁訪問重要國家，內閣官員在疫情後多次出訪歐美日等重要國家，完整報導台灣在全球的重要性。
- (3) 國際局勢動盪，區域衝突與緊張頻傳，俄烏戰爭短期間難有結論，以哈戰爭血腥程度更甚，極權勢力擴大，秉持派員現場採訪原則，凸顯台灣觀點與參與度。
- (4) 台灣民間國際參與在疫後更為活躍，除運動賽事，文化、商業與科技業都大幅拓展商機與爭取獎勵榮譽，駐地記者完整報導。
- (5) 全球假新聞與變造資訊在社群媒體間流傳，報導重大消息均多方查證，避免發出錯誤消息，也提供完整報導，平衡網路上誤導性資訊。

#### 5. 數位新聞工作

- (1) 精進網站經營與內容編輯本務，加強新聞圖表製作、QA 及整理包運用，即時提供讀者重要資訊，爭取流量，同時建構品牌形象。

- (2) 因應社群平台演算法，多方嘗試以圖卡、短影音等多元發文型態，行銷主網站內容。
- (3) 派員隨同正副總統出訪，採訪 APEC 年會、杭州亞運、世界棒球經典賽及亞錦賽等賽事，記錄歷史畫面，且服務媒體訂戶。

## 6. 媒體實驗工作

- (1) 利用 AI 程式開發選材、摘要、即時逐字稿等功能，以簡化、加速編輯工作流程，提升新聞室效率。
- (2) 透過數據與讀者意見回饋，規劃設計新的網頁版型與元件、或網站改版，提升讀者閱讀體驗、增加網站流量。
- (3) 以 3D 模型製作、轉譯深度論文為資訊圖表等方式，產製多媒體匯流之新聞專題，擴展讀者的數位閱讀體驗、補足即時新聞較缺乏的脈絡補充與議題深入探討。

## 7. 資訊工作

- (1) 因搜尋引擎演算法變動及黑帽攻擊頻傳，嚴重衝擊網站流量，配合 SEO 顧問每月健診網站及分析各項核心體驗指標數據，進行改善。Google 導流量從今年 4 月開始回升，至年底成長約 104%，並完成多項資安強化措施。
- (2) 以本社之新聞專業及優質人力，完成代編包括《三接的前世之生》、《華枝春滿一把輕》(含新書發表會暨照片展)、《中國生產力中心 SIIR 成果專刊》、台灣中油 112 年《石油通訊》月刊共 12 期及曾虛白新聞獎典禮手冊，品質深獲客戶肯定。
- (3) 運用「歷史上的今天」題材，每日編發「開箱老照片」刊登於早安世界及臉書粉絲團，成功引領話題；影像空間新版 4 月中旬上線，改用關鍵字直覺檢索，增強人臉辨識準確度，優化用戶及讀者使用經驗，112 年影像空間零售業績年成長大增。

## 8. 影音工作

- (1) 112 年投入 YOUTUBE 社群經營，加強各類影音的呈現，整體

點閱率達到 1240 萬觀看次數，較 111 年度總觀看 950 萬次成長約 30%。

- (2) 配合業務單位承接各項影音專案業務，包括文策院、中研院經典閱讀及國家人權會紀錄片案、人權海報直播，以及地方政府等影音專案，均能適時提升製作水平，妥善完成專案需求。
- (3) 在重要國際新聞報導上緊追重要國際脈動，如以巴衝突事件、COP28 氣候峰會等，均能適時運用中央社與國際新聞媒體合作內容素材，提供中央社讀者第一手即時影音報導。

## 9. 業務行銷工作

- (1) 新聞產品銷售:維持新聞客戶採購，爭取各類型客戶採用本社新聞。
  - (2) 爭取專案收入:擴大承接專案類型，延攬不同領域人才。
  - (3) 擴大外媒合作:增加外媒合作家數，提升本社新聞國際能見度，豐富國際新聞內容。
  - (4) 培育人才:持續辦理我是海外特派員活動，深耕校園、培育新聞人才。
  - (5) 提升訊息服務收入:全面調整訊息年約，爭取零售客戶採購。
- (二) 是否符合原捐助章程及設立目的：是
- (三) 原捐助目的是否已透過年度目標之達成而實現：是
- (四) 財務收支情形:(如有財務短絀情形應說明原因，並應於「伍、策進作為」，填列策進作為)

112 年業務收入 513,863,416 元，業務外收入 25,330,357 元，總收入為 539,193,773 元；總支出 537,948,895 元，收支相抵計賸餘 1,244,878 元。

#### 四、財團法人績效評估：

項次	年度 工作項目	目標值 (衡量指標)	達成度 (%)	辦理(執行)情形
1	辦理國內外新聞報導業務，服務大眾傳播媒體。			
1-1	主網站全年瀏覽頁數	118,625,000 日平均 325,000	100%	186,081,783 日平均 509,813
1-2	外文網站全年瀏覽頁數	16,500,000 日平均 45,000	96%	15,769,006 日平均 43,202
1-3	全年採用本社新聞之客戶數	140 家	100%	140 家
1-4	全年採用本社新聞照片之客戶數	50 家	100%	59 家
1-5	全年採用本社影音新聞之客戶數	6 家	100%	11 家
1-6	國外採訪駐點	30 個	93%	28 個
1-7	全年重大、獨家、領先新聞則數	200 則	100%	931 則
1-8	攝影記者全年發稿數	16,500 張	100%	23,657 張
1-9	影音專題數	6 個	100%	7 個
2	辦理國家對外新聞通訊業務，促進國際對我國之瞭解。			
2-1	國際新聞媒體署名引用數	1,400 則次	100%	1,805 則次
3	加強與國際通訊社合作，增進國際新聞交流。			
3-1	與本社新聞交流之國外(含大陸)傳播機構數	20 個	100%	21 個
3-2	本社代理世界各大通訊社新聞及相關產品	10 家	100%	11 家

項次	年度 工作項目	目標值 (衡量指標)	達成度 (%)	辦理(執行)情形
	之家數			
4	開展多元營運，提升競爭力，善盡媒體社會責任。			
4-1	全年自籌款比率	37.33%	90%	33.48%
4-2	內容平台、社內作業系統、專案開發及改版數	10 個	100%	12 個
4-3	篩選、典藏攝影記者未發稿數位照片	完成 103 年 5 月至 104 年 12 月未發稿照片篩選、入庫。(共計 20 個月)	100%	完成 103 年 5 月至 105 年 6 月(共計 26 個月)
4-4	各類出版品代編數	5 本	100%	6 本
4-5	綜合性及各種專業性之在職訓練場次	80 場	100%	112 場
4-6	凝聚同仁向心力、加強團隊精神之活動	4 場	100%	6 場
4-7	本社實習學生人數	25 人	100%	27 人
4-8	本社接待之學生及機關團體參訪活動	10 場	100%	12 場
4-9	本社舉辦之新聞獎學金、新聞競賽活動	3 場	100%	3 場

註 1：年度目標達成度：計算公式為實際值／目標值，最高以 100%計；可視實際執行情形，適度修正本表。

五、策進作為(針對年度目標達成度未達 80%及財務短絀者，應臚列待改進項目及策進作為)：

年度目標達成度均達 90% 以上，且無財務短絀情形。

**貳、業務督導單位綜合評估：(文化部填寫)**

一、年度工作項目或目標達成情形、重要成果及策進作為之綜合評估說明：

本司針對中央社之營運，業依據「財團法人法」、「中央通訊社設置條例」及「文化部主管政府捐助之財團法人監督辦法」進行監督管理，經檢視其年度工作成果、財務管理、績效評估及行政管理等各方面工作項目、目標及重要成果，尚符合相關規定。

二、評估結果 (1. 良好、2. 尚可、3. 待改進)：1. 良好。

三、其他建議：無。